

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, közkapcsolatok és reklám intézet
1.4 Szakterület	Kommunikáció
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Személyi menedzsment (Personal Branding)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	drd. B. Krippán Kinga, krippan.kinga@fspac.ro						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	drd. B. Krippán Kinga, krippan.kinga@fspac.ro						
2.4 Tanulmányi év	III	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DF

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszámja)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	48	melyből: 3.5 előadás	24	3.6 szeminárium/labor	24
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					24
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					7
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					24
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					2
Vizsgák					2
Más tevékenységek:					
3.7 Egyéni munka össz-óraszámja	59				
3.8 A félév össz-óraszámja	125				
3.9 Kreditszám	5				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> pszichológiai alapismeretek, önismeret; (Bevezetés a pszichológiába, Önismeret) online PR, közösségi oldalak kezelési elvének ismerte; PR alapfogalmak (Online PR, Közkapcsolatok)

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> Helyszíni feltételek: vetítővel és írótableával felszerelt helyiség; az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása; a személyes eszközök (telefon, laptop) használata csak az oktatási folyamat elősegítésének céljával engedélyezett (jegyzetelés, információkeresés, online platformok elérése, archiválás, online csapatmunka stb.); kép- és hangfelvétel készítése a GDPR szabályozások értelmében tilos.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> A szeminárium sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatokat és a határidőket, illetve a kötelező szakirodalmi olvasmányokat az első szeminárium alkalmával a hallgatók és a tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév végéig kötelező érvényűek maradnak; a szeminárium sikeres zárásához kötelező az önálló munkák leadása és bemutatása határidőre;

	<ul style="list-style-type: none"> • a félév során leadott munkáknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és utóvizsgán való részvétel jogát, illetve a kari és egyetemi szabályoknak megfelelő eljárás indul. Erre vonatkozó szabályozások: https://www.umftgm.ro/fileadmin/legislatie/Legea_206-2004_buna_counduita_cercetare.pdf http://fspac.ubbcluj.ro/resurse/formulare-regulamente/reguli-etice-si-deontologice/ • a szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: 12 pontos Times New Roman, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, egyes vagy másfeles sorköz. Az állomány címének tartalmaznia kell ékezetek nélkül a szerző nevét, a feladat témáját vagy tartalmát és az elkészítés vagy leadás dátumát (pl. Csaladnev_keresztnev_KompetenciaTeszt_20190301); • a önálló munkák leadása emailen elküldve vagy online platformra feltöltve történik (doc, xls, pdf, ppt, prezi vagy videó-állományként)
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • C1. A Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása; • C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is; • C3. Személyi menedzsment stratégia felépítése és kitalálása; • C4. Közszerelésre való felkészítés.
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepnek megfelelő munkavégzés; • CT3 Az egyéni szakmai fejlődés tényszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében;

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<p>A féléves tárgy célja a diákokkal megismertetni a personal branding alapjait, a branding és menedzsment folyamatát és technikáit, illetve az énmárkázás elemzési módszereit. Az előadások a personal branding és a hozzá kötődő készségfejlesztési elméleteket tárgyalják (branding, önismeret, személyiség típusok, storytelling, motiváció, pozicionálás), míg a szemináriumok segítik a releváns szakirodalmi vonatkozások elsajátítását, feldolgozását és megértését, illetve foglalkoznak az elméletek gyakorlati felhasználhatóságával.</p>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • Az előadások elsődleges célja az énmárkázás ismeretek megalapozása, amelyre további tantárgyak és szakirány tananyagai épülhetnek majd; • a szemináriumok célja a gyakorlatoztatás és a csoportmunka, a részvételi- és élménypedagógia módszereivel elsajátítani a személyi menedzsment módszereit; • a csoportos feladatok célja a közös gondolkodás, a csoportmunka gyakorlása, míg a bemutatók a prezentációs készségeket fejlesztik; • a különböző munkamódszerek elsajátítása érdekében sor kerül egyéni és kiscsoportos kreatív munkára, helyzetelemzésre, esettanulmány-olddásra bemutatókra és interaktív kommunikációs gyakorlatokra.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. <u>Bevezetés – PR és Branding alapok</u> Bevezetés, alapfogalmak.	Vetített, interaktív bemutató.	A félév és az önálló munkák megbeszélése, modellek bemutatása.
2. <u>Önismeret, archetípusok, kompetencia teszt</u> Önismereti alapok, önismereti tesztek, személyiség tesztek Pszichológiai alapfogalmak	Vetített, interaktív bemutató.	Önismereti gyakorlatok
3. <u>Célkövetés, Személyi fejlődési tervek, kompetenciák</u> Hogyan tervezzük a márkázást?		<u>Önálló munka:</u> Kompetencia teszt
4. <u>Önéletrajz készítés, motivációs levél készítés, portfólió</u> Hogyan készítünk jó önéletrajzt? A motivációs levél készítés szabályai A személyi portfólió összeállítása	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány.	<u>Önálló munka</u> Europass CV – 3 nyelven. Motivációs levél Kreatív CV
5. <u>Első benyomás + Stílus és megjelenés</u> Stílus ágazatok Személyes stílus elemzés Első benyomást befolyásoló tényezők	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány.	<u>Önálló munka</u> <u>Stílus tábla készítés</u>
6. <u>Online branding, LinkedIn profil</u> Online arculat, online selfbranding.Csatornák használata. Üzenetek. LinkedIn	Vetített, interaktív bemutató.	<u>Önálló munka</u> <u>LinkedIn profil és elemzés</u> <u>Online arculat elemzés</u>
7. <u>Storytelling</u> Történetmesélési technikák. Nyilvános beszéd fejlesztés és önbizalom növelés.	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány.	<u>Önálló munka</u> Storytelling technikák felhasználásával, bemutatkozó készítése.
8. <u>Motiváció és kreativitás</u> Motiváció 2.0. Motiváció 3.0	Vetített, interaktív bemutató.	Szaccikk bemutatók
9. <u>Kreativitás és probléma megoldás</u> Önmegvalósítás a mindennapokban	Vetített, interaktív bemutató, esettanulmány	Szaccikk bemutatók
10. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u> Hogyan növelhetjük ismertségünket az internet segítségével?	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány;	Szaccikk bemutatók
11. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u>	Vetített, interaktív bemutató;esettanulmány;	Szaccikk bemutatók
12. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u>	Vetített, interaktív bemutató.	Szaccikk bemutatók
13. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u>	Vetített, interaktív bemutató.	Szaccikk bemutatók
14. <u>Összegzés</u>	Vetített, interaktív	Szaccikk bemutatók

Könyvészet: kötelező vizsgaanyag

BROCHAND, Bernand – LENDREIVE, Jacques: *A reklám alapkönyve. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Marketing sorozat 2004. IV/4*

CHEN, Chih-Ping: *Exploring Personal Branding on YouTube*, November 2013 *Journal of Internet Commerce* 12(4):332-347

DEMARAIS, Ann – WHITE, Valeri: *Első benyomás*, HVG Könyvek, Budapest, 2008, 193-223p

GALLO, Carmine: *Storytelling*, HVG Kiadó, Budapest, 2016, 305-311. p.

GANDER, Michelle: *Managing your personal brand*, July 2014, *Perspectives* 18(3)

HEALEY, Mattew: *Mi a branding*, Scholar Kiadó, Budapest 2008. 6-32p.

KÁDÁR, Magor: *Nonverbális kommunikáció. Csatornák, jelek, jelolvasás*. Kriterion Kiadó Kolozsvár, 2011. 53-74p.

LABRECQUEA, L.I., MARKOSB E. MILNE, G.R.: *Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications*, *Journal of Interactive Marketing*, Volume 25, Issue 1, February 2011, Pages 37-50

LÁSZLÓ, Móni: *Lehetsz kivételes - Az énmárkaépítés alapjai*. Kossuth Kiadó, 2015

NÉMETH, Erzsébet: *Közszereplés - A társadalmi szintű kommunikáció kézikönyve* Osiris Kiadó, Budapest, 2006 – 116-130.p, 133-139.p, 272-282p.

PAPP-VÁRY, Árpád: *Mágikus márkázás - Beckham - Hogyan lett egy futballistából globális márka?* Századvég Kiadó, 2009

PINK, H. Daniel: *Motiváció 3.0*. HVG Kiadó, Budapest, 2009, 27 – 48. p

PURKISS, John- ROYSTON-LEE, David: *Énmárka*, HVG Kiadó, Budapest, 2015.

SZLAFKAI, Éva: *Élj kreatívan!, Önmegvalósítás és probléma megoldás a mindennapokban*, HVG Kiadó, Budapest, 2020.

Könyvészet: kiegészítő irodalom

ARIELY Dan: *Motiváció Mi hajt, ösztönöz, lelkesít minket valójában?* HVK Könyvek, Budapest 2017

AAKLER, David A.: *Building Strong Brands*. Simon & Schuster UK Ltd, 2002 (1st edition), Pocket Books, London, 2010. 1-23p, 68-103p.

HARGREAVES, Gerard: *Stresszkezelés*, Scholar Kiadó, Budapest, 2011.

RAMPERSAD, Hubert K.: *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*, Information Age Publishing; Illustrated Edition (May 1, 2009)

MONTOYA, Peter: The Personal Branding Phenomenon, Peter Montoya Incorporated, 2002.

SZILÁGYI, István: *Kommunikációs ismeretek és készségfejlesztés,*

Skandi-Wald Könyvkiadó, Budapest, 2011

9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

- A tárgy tartalma összhangban van más nemzetközi felsőoktatási intézményekben oktatott tárgyakkal.
- A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek és karrierközpontok ajánlásait, az alkalmazó szervezetek elvárásait, illetve a piaci változásokat. Az esettanulmányok és a csoportos feladatok célja kapcsolatba kerülni a szakmai szervezetekkel, valós piaci- és élethelyzetekkel találkozni.
- A visszajelzés a szakmai szervezetek részéről pozitív, értékelik a tárgy során elsajátított tudást és kompetenciákat.
- A jogi és etikai vonzatok összhangban vannak az érvényes romániai törvényi rendelkezésekkel, a tárgyalások etikája és a kapcsolatok kezelése pedig a szakmai (kommunikáció, média, gazdasági és jogi) szervezetek kódexeinek szempontjait is figyelembe veszi.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.1. Szemináriumi tevékenységek	<ul style="list-style-type: none">• Szakirodalom olvasása, bemutatása, aktivitás		20%
10.2. Félév alatti gyakorlati tevékenységek	<ul style="list-style-type: none">• Önálló munkák• Bemutatók• Elemzések		50%
10.3. Félévzáró vizsga	<ul style="list-style-type: none">• Beadandó írásbeli		30%
10.4 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none">• A személyi menedzsment alapfogalmainak, elveinek, módszereinek, eszközeinek alapos elméleti és gyakorlati ismerete;• a szemináriumi részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70%, melynek teljesítése a vizsga és utóvizsga feltétele;• a vizsga minden próbáján az átmenő 50% elérése.			

Kitöltés dátuma
2021. 03. 14.

Előadás felelőse
drd. B.Krippán Kinga

Szeminárium felelőse
drd. B.Krippán Kinga

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2021. 03. 15.

Intézetigazgató
dr. habil. Hosu Ioan, egy. előadótanár